融媒体时代电视节目的创新发展

摘　要：近年来，随着我国互联网技术的高速发展，新兴媒体得到了广泛应用，为受众的生产、生活带来了巨大便利，改变了受众接受信息、享受文娱节目的固有方式。政策指引下，广播、电视等主流媒体纷纷与新媒体合作。媒体融合的发展趋势影响了电视节目的制作方式和传播渠道，各级电视台应当顺应时代发展的需求，把握融媒体信息传播的规律和特征，不断对电视节目进行创新和完善，才能在新时期持续提升主流媒体的传播力、影响力、引导力和公信力。

关键词：融媒体时代；电视节目；创新发展
中图分类号：G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）03-066-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.03.014

文 / 任文玲

所谓“融媒体”就是以互联网为枢纽，将传统媒体与新媒体的信息资源、技术资源、渠道资源进行融合，通过二者间的优势互补形成资源融通、内容兼容、宣传互融、利益共融的全新宣传平台。融媒体时代为电视节目的创新与发展带来了崭新的空间，融合的科技手段使电视节目的制作日臻高效、精美、完善，融合的传播渠道使电视节目以更加多变的形态贴近受众的实际需求。电视节目应搭乘媒体融合的“快车”，不断探索创新的方向与策略，确保电视产业在竞争日趋激烈的传媒市场中始终占据有利地位。

1. 融媒体时代电视节目的创新方向

1.1 视觉传达艺术化

电视节目以“声画合一”的方式向受众传递信息，其中视觉要素是影响电视节目质量的首要因素。随着科技发展的脚步，各类媒体节目的制作技术愈发精良，节目中展现的画面俞渐精美。从传统的“静态美”到如今的“动态美”，受众的视觉感受不断刷新，对节目视觉效果的要求也不断增强。对电视节目的创新应把握这一要求，积极引入当下最先进的画面制作技术，创新画面场景理念，通过提升视觉传达的艺术性，赋予电视节目更加活跃的生命力。视频剪辑的蒙太奇技术的灵活运用可以使新闻主持人摆脱演播室的束缚，产生在屏幕中“移步换景”的神奇效果，令观众啧啧称奇，这是未来节目视觉上创新突破的一个技术发展方向。

1.2 内容传达多维化

互联网使海量信息的快速传播成为了可能，借助互联网与新媒体，受众可以随时点选播放想看的节目内容、了解感兴趣的信息咨询，电视节目唯有向内容传达的多维化不断演进，才能满足受众对知识量和新鲜事物的渴求。电视节目可以利用互联网搜罗天下热点资讯，了解受众所见所想，为受众提供更加多维的内容盛宴。多维化的内容传达将以轻松的语态跟踪社会的热点话题，通过与百姓间的互通交流了解政策普惠民生的真实效果，以更加亲民的新闻播报形式贴近民众生活。电视媒体是党和政府领导下的主流媒体中最贴近受众的一环，电视节目内容维度的创新更能体现出对文风的改进，体现出现代电视节目的人民性。

社会效益与经济利益的统一是各类媒体共同追求的发展景愿。随着互联网技术的发展，很多新媒体将大量低俗、猎奇、过度渲染搞笑的节目递交给普通受众，这些内容的传播迎合了受众娱乐化、低俗化的倾向，却偏离了社会主义和谐社会建立和维护的根本要求。对于主流电视媒体而言，节目内容的丰富必须以公共服务性的提高为宗旨，向公众输送正能量的节目内容，同时抵制不良文化散播。以公益类、慈善为核心的一类新型节目是在电视节目内容多元化发展的过程中应当着力重推的一个方面，这类节目将“以娱乐形式唤醒和引领公益”作为节目宗旨，彰显主流媒体的风格和主流演艺界人士的人性之美，于无形中强化了电视传媒的公共服务职能，传播了社会正能量。

1.3 “以用户为中心”理念的形成

融媒体时代，受众脱离了过去坐在电视机前收看节目被动角色，利用智能手机、移动电脑、智能电视等现代化设备，受众可以随时选择、观看感兴趣的内容。电视节目要确保收视率，就要思考如何吸引受众的关注，增强受众的黏性。“以用户为中心”是互联网思维的集中体现，电视节目要在创新中博取受众市场，必须将受众的心理与情感维护放在重要位置。例如，电视节目可以通过对受众需求的把握细分市场，采取精准投放策略增强宣传效率。

现代受众思维更加活跃，观念更加开放，他们乐于在节目中参与互动，提升受众的参与度对于受众的心理建设而言大有裨益。电视节目可以借助新媒体技术实现与受众的实时互动，利用弹幕在电视画面中直接呈现粉丝的提问和留言，以新颖的交流形式建立与受众的坚实桥梁。同时，部分电视节目在制作和宣传中制定了“第二屏”策略，是一项有利的尝试。通过建立微信群、贴吧粉丝群、合作聚合 APP 等形式，让受众在观看栏目的

同时实现多元互动，获得更加丰富的收视体验。

1.4 跨界、融合与交互

互联网使不同业态、不同领域的跨界融合成为可能，未来电视节目可以此为思路进行创新。短期来看，电视媒体与很多新兴媒体的交互融合已经初步实现，很多电视台已经创建了网站和 APP 客户端，受众无论在手机、电脑上还是智能电视上，都可以随时观看或回放电视节目；一片小小的二维码以海报、广告、荧幕展示等方式呈现在受众眼前，通过扫描二维码，受众即可尽览二维码链接下的视频信息；新出现的一批以"读报"形式为"主打"的节目，通过"报纸内容解读"将电视节目与纸媒新闻融而为一，吸引了大批受众的关注……长期来看，在融媒体环境中，跨界、融合与交互将逐渐成为未来电视节目发展的概念，跨界的资源整合可以弥补现有节目形式、内容、渠道的不足，引领电视节目的新潮流。

2. 融媒体时代电视节目创新发展策略

2.1 创新制作，提升电视节目审美价值

融媒体时代的节目佳作，不仅要将节目的主题思想、内容、情节完整地展示给受众，更要带给受众感官上的刺激和感受，追求丰富的细节和唯美的意境，以声带情、声情并茂，从而提升电视节目的审美价值。

细节在电视节目中具有以小见大、画龙点睛的功能。善用细节可以让节目中的人物形象更加立体、生动，情节更加紧凑、自然。融媒体时期，电视节目创制者可以利用显像光电转换技术、运动表现技术、3D 虚拟技术等创新技术处理构图、光线，让细节更加突出。在情感色彩浓厚的节目创作中，可利用 3D 虚拟技术搭建虚拟环境，营造出匹配的氛围，并利用科技光效进一步凸显出节目预设的情绪伏线。科技让细节的展现不再是单一镜头前的平铺直叙，而是在多重维度下的立体塑造。融媒体技术中的虚拟特技可用于细节的修复与还原。特效技术下，一些历史文化题材的电视节目中可以向受众展示已经损毁的历史建筑的模拟画面，让受众可以更直观地感受到节目内容的原始面貌。

精致的节目画面追求"借景抒情"，电视节目创制者可利用融媒体技术烘托画面意境，提升节目的审美价值。图像与 MIDI 乐曲的信息互映射是一种新颖的可视化方法，运用该技术可以实现图像从三维信息空间到 MIDI 思维信息空间的互映射转化，让听觉感受弥补视觉感受，画面的整体意境可以浑然一体，使受众不知不觉中沉浸在节目的美感愉悦中。运用该技术，可以使节目在"白描"手法之下，让人感受到朴实无华的画面之外流露出的引人入胜的美感。此外，全景拍摄技术下的高空航拍，让画面更加宏观、整体，将山川河流、落日云海、城市景观的画面运用到节目中，营造宏观壮阔的画面意境。

电视节目是视觉与听觉综合匹配的艺术，节目质量的提升离不开精确、优美的配音。融媒体时代，计算机音频技术为电视节目配音提供了宽阔的艺术发展空间。H5 形态下，电视节目在可视化呈现的基础上更具声音感知性，能够让受众产生更丰富的视听体验和更真实的多媒体感受。此外，移动端的电视节目仅局限于手掌大小，为了让"掌上"的电视节目仍能为受众带来听觉冲击，电视节目制作人必须在配音上下功夫，匹配不同画面，精准地融入多种音效。

2.2 创新技术，提高电视节目的专业性

高新科技是各类媒体节目创新和发展的动力来源，电视媒体在探索节目创新路径时，应紧密关注当前最新的用户理念和创新技能，以技术驱动实现节目的完美蜕变。从目前来看，对大数据技术、人工智能技术、场景虚拟技术、全景拍摄技术等传媒科技的熟练掌握和灵活运用是电视节目专业性、品牌性全方位提升的必然选择。

大数据技术能够通过对互联网大量的信息和数据的过滤、分析，提取出具有用户价值的数据信息，电视节目创制者赋予数据信息可视化形象，形成节目内容，以"数字先于文字"的理念向受众传播信息。此外，大数据技术能将个人与环境之间复杂的关系提炼出来，再利用易于理解的可视化呈现方式进行展现。人工智能技术能够大幅提高电视节目生产的及时性和交互性。例如，人工智能编辑对当日股市行情的新闻报道在股市结束后的 0.3 秒内便可完成，几乎可以实现报道与事件的同步。人工智能还可以应用在文章关键词快速提取、为素材贴"标签"等方面，创造性地提升节目内容收集整理的效率。此外，场景虚拟技术、全景拍摄技术可以利用现代科技丰富节目素材，让节目画面更具有现场感、冲击感，从而提高受众的关注度。

2.3 创新理念，树立受众的核心地位

如前文中所述，融媒体时代，受众的主动性空前加强，电视节目要想在激烈的传媒竞争环境中脱颖而出，就应扭转陈旧的理念，树立受众的核心地位，提高节目的针对性、互动性，引发受众的情感共鸣，不断优化受众收视体验。电视节目要增强宣传效率，就要采取精准投放的策略，对受众心理的准确把握和对受众情感的周全维护。

提高节目对特定受众群体的针对性，首先要对受众进行细分，即通过受众信息的搜集、整理与分析，找准受众的类型和需求，对目标受众群进行定向投放。结合融媒体传播特点，电视媒体可以充分利用"两微一端"搜集受众信息，建立数据库。在微信公众号、官方微博等平台发布活动，参加活动的受众、粉丝需要填写姓名、性别、年龄、工作、兴趣爱好等信息，当参与者数量具备一定规模，电视媒体就可以建立起数据模型，并划出不同粉丝群，有针对性地制作视频、文字、图片内容。也可以在电视频道以及视频网站开设专栏，策划受众喜闻乐见的活动。

提高节目的互动性能够让受众获得更强的参与感，从而达到强化受众黏度的目的。UGC 早在 Web2.0 时代就催生了论坛和博客的兴盛，这是媒体与受众有效互动的一大迈进；进入 Web3.0 时代后，微博、微信社交平台再度掀起浪潮，使电视节目的互动性获得前所未有的拓展。电视媒体首先可以建立起门户网站，将电视节目推向更

庞大的网络客户群，更好地传播正确的价值导向。同时，开办官方微博是当前很多电视媒体的选择，利用官方微博既可以发布公众讯息，也可以为节目做预热，还具备与受众双向交流的功能，极易引发热点话题。在生活节奏较快的今天，微博、微信朋友圈短讯息宣传对相当一部分受众而言很合胃口。在提高节目针对性与互动性的同时，电视节目创制者还应当通过精神上的创新，引发受众的情感共鸣。

2.4 渠道创新，移动优先，多屏同步

随着移动互联技术的发展，电视节目的观众逐渐向移动客户端发生转移，为当前节目的渠道创新指明了方向。移动互联网环境下，电视节目的传播方式更加丰富，传播渠道再度拓宽，作为主流新闻媒体，应当紧密把握移动互联网信息传播规律，持续优化移动端电视节目的传播效率。

移动端电视节目可以迎合现代观众对时效性和互动性的需求，利用媒体的视频优势，将移动直播做优做强。新闻节目是主流电视媒体的核心节目，在重要新闻发生时，新闻媒体应当立即前往新闻现场，采取实时穿插直播连线的方式，对新闻现场进行多角度、全方位的直播，提高新闻产品的现场感。同时，新闻生产应当提高对受众的重视程度，在直播过程中增加对基层群众采访的篇幅，唤起更多普通受众的情感共鸣，优化节目的宣传效果。同时，主流媒体新闻可以在直播过程中设置议程功能，提高舆论引导力，通过邀请专家对新闻事件深度剖析、专业解读等方式，使新闻产品层层递进、层层深入，从而让受众获得更好的收视体验。

移动端电视节目应当利用移动屏互动加强与受众间的沟通，提高受众的黏性。这一策略基于现代传媒“互动性”的本质特征，通过创新互动形式的常态化使受众获得更多交互式体验，不仅可以提高受众的关注度、参与度，还可以从受众群众获取优质的节目素材，丰富节目内容。以在受众群中发起的二维码互动活动为例，受众在观看新闻直播时可以通过扫描二维码加入平台互动，该功能不仅支持受众上传图文和视频，还可以将移动端画面与演播室现场画面联通，使电视屏与移动屏充分融合。此外，电视节目多屏同步传播的同时，电视媒体还可以利用微博、微信和客户端等多端口向公众征集留言，形成交互式、聚合式高效传播。

2.5 创新定位，重视品牌节目的规划与建设

一档成功的电视节目必须以过硬的品牌做支撑，品牌代表着受众的口碑，也代表着稳定的收视率。融媒体时代，电视节目的发展必须以品牌的塑造、规划、建设为方向。

首先，电视媒体应当为各档节目确立准确的品牌定位，以差异化发展的策略规避同质化不良竞争的现象。当前形势下，最有利的品牌定位便是为当地受众提供更多民生类新闻、民生类节目，本土新闻和故事的挖掘不仅能够实现与受众间的情感共鸣，还能凸显电视媒体的社会责任担当，有利于强化栏目的引导力和公信力；对于娱乐性电视节目而言，一个风格独特的主持人必不可少，主持人在娱乐电视栏目中几乎可以起到旗帜性的作用，能够为带动栏目氛围、为栏目凝聚人气，培养更多忠实粉丝。

其次，电视节目品牌的打造应当尽量体现独特性，各档节目可以通过不定期的专题报道增强自身文化品牌的宣传，包括对当地旅游文化的宣传报道，在国庆节、中秋节、劳动节等节日内推出专项报道等。为了加强节目特色，部分节目还可以尝试通过“方言”播报，凝聚本地受众的同时，在融媒体广泛的宣传范围内，标注独特的文化符号。

最后，电视节目应当采取新的采编流程，利用互联网进行信息和素材的收集整理，在大数据技术的支持下获知哪些内容是受众真正感兴趣的，围绕受众兴趣话题的拓展和延伸丰富节目的层次，使受众感受到立体化节目的新颖和熨帖。积极引入直播、跨屏等当前最热门的技术，让新闻播报、嘉宾采访等环节更具现场感，使受众有耳目一新之感。

结语

融媒体时代，不断创新、寻找新的发展模式，是传统电视节目优化宣传效果、持续提升品牌形象的必然选择。在未来的发展道路上，电视节目应当牢固把握融媒体宣传的规律与特点，明确视觉艺术化、内容多维化、受众用户化、跨界交互化的创新方向，从理念、制作、技术、形态等诸多方面推动电视节目的创新发展，在日益变革的潮流中找到适合自身的发展道路，不断强化主流媒体的传播力、引导力、影响力和公信力。媒

参考文献

[1] 石群峰 . 媒体融合生态中的影视企业发展问题探析 [J]. 电视研究，2017（4）.
[2] 陈晨 . 将媒体融合作为基础纪录片的新途径 [J]. 艺术科技，2017（5）.
[3] 陈悦曦 . 媒体融合背景下电视编导创作技巧 [J]. 艺术科技，2018（19）.
[4] 黄秋菊 . 电视专题片的创作与编导思维 [J]. 科技传播，2017（5）.
[5] 谢宁 . 新媒体时代电视节目的创新策略研究 [J]. 西部广播电视，2017（12）.

（作者单位：孝义市广播电视台）